**РЕФЕРАТ**

**НА ТЕМУ:**

***Законодавча база рекламної діяльності***

***в Україні***

Закон «Про рекламу» регулює правові відносини, які виникають у процесі створення та розповсюдження реклами. Дія цього закону не поширюється на правовідносини, зв'язані з інформацією про со­ціальні події, діяльність політичних партій, релігійних і громадсь­ких організацій, призначеної для їхньої підтримки.

Якщо міжнародними зобов'язаннями України встановлено інші правила, ніж ті, що передбачені законодавством України про рекла­му, застосовуються правила за міжнародними зобов'язаннями.

Закон визначає такі поняття в галузі рекламної діяльності:

*• реклама —* спеціальна інформація про осіб чи продукцію,якарозповсюджується в будь-якій формі і в будь-який спосіб з метою прямого або опосередкованого одержання зиску;

• *особа —* будь-яка фізична чи юридична особа;

• *продукція —* товари, робота, послуги, цінні папери;

*• рекламодавець —* особа, яка є замовником реклами для її ви­робництва та (або) розповсюдження;

• *виробник реклами —* особа, яка повністю або частково здійс­нює виробництво реклами;

*• розповсюджувач реклами —* особа, яка здійснює розповсюд­ження реклами будь-якими засобами;

• *споживач реклами —* будь-якаособа або група осіб, на яких спрямована реклама;

*• рекламні засоби —* засоби, що використовуються для доведен­ня реклами до споживача в будь-якій формі та в будь-який спосіб;

*• спонсор —* особа, яка з метою популяризації свого імені (назви), торгової марки матеріально підтримує будь-яку діяльність без одержання зиску.

Основними принципами діяльності в галузі реклами є дотри­мання всіма суб'єктами рекламної діяльності законності, точності, достовірності реклами, використання державної та інших мов від­повідно до законодавства України, використання форм і засобів, які не завдають споживачеві моральної, фізичної чи психічної шкоди. Реклама має бути чітко відокремлена від іншої інформації так, щоб її (незалежно від форм чи засобів розповсюдження) можна було іден­тифікувати як рекламу. Реклама на телебаченні і радіо має бути чіт­ко відокремлена від інших програм за допомогою аудіо-, відеозасобів або коментарів ведучих. *Будь-який інформаційний, автор­ський чи редакційний матеріал, який цілеспрямовано звертає увагу споживачів на конкретну марку (модель, артикул) продукції чи на її виробника для формування інтересу до продукції та сприяння її реалізації, а також містить вихідні дані (реквізити) особи, що ви­робляє та розповсюджує зазначену продукцію, вважається рекла­мою й підлягає всім рекламним правилам.*

Законом заборонено *недобросовісну* рекламу, тобто рекламу, що містить неточні або недостовірні дані, двозначності, перебільшення, замовчування, порушення вимог, передбачених законодавством України, яка заводить або може завести в оману споживачів, завдати шкоди окремим особам чи державі. Не вважається недобросовісною реклама, що використовує психологічні засоби та спеціальні ефекти з метою привернути увагу, викликати доброзичливий сміх чи інші позитивні емоції.

Закон ***забороняє:***

1. Поширювати відомості про продукцію, виробництво або реа­лізація якої заборонені законодавством України.

2. Удаватися до дискримінаційних тверджень за ознаками по­ходження, соціального й майнового стану, расової та національної належності, статі, освіти, мови, віросповідання, характеру занять, місця проживання та інших обставин. Забороняється також дискре­дитувати продукцію інших фірм (осіб).

3. Подавати відомості або закликати до дій, які суперечать чин­ному законодавству, завдають чи можуть завдати шкоди довкіллю, здоров'ю або життю людей, а також спонукають до нехтування за­собами безпеки.

4. Використовувати засоби й технології, які безпосередньо впливають на підсвідомість споживача.

5. Удаватися до тверджень, образливихдля осіб, які не корис­туються продукцією, що рекламується.

6. Використовувати або імітувати зображення Державного гер­ба, Державного прапора та звучання Державного гімну України, зо­браження державних символів інших держав та міжнародних орга­нізацій, а також офіційні назви державних органів України, крім випадків, передбачених законодавством.

7. Рекламувати продукцію, що підлягає обов'язковій сертифі­кації, або продукцію, виробництво чи реалізація котрої потребують спеціального дозволу (ліцензії), за відсутності таких.

8. Уміщувати зображення будь-якої фізичної особи або викори­стовувати її ім'я без її згоди.

9. Імітувати (копіювати чи наслідувати) художнє вирішення, текст, зображення, музичні чи звукові ефекти, що використовуються в рекламі іншої продукції, якщо інше не передбачено законодавст­вом України про авторське право та суміжні права.

10. Використовувати безплатні номери телефонів міліції, швид­кої медичної допомоги, пожежної охорони та інших аналогічних служб для реклами.

11. Ведучі, диктори та інші учасники телерадіопередачі за ме­жами рекламного часу не мають права спеціально демонструвати товари чи продукцію або характеризувати їхні споживчі якості як прямо, так і опосередковано (за допомогою одягу, оформлення те­лестудії, зображення тощо). Телерадіопрацівникам забороняється маскувати рекламу під інформацію, зокрема називати реквізити ви­робника продукції чи послуг (адресу, контактний телефон, рахунок), повідомляти комерційні ознаки товару чи послуг.

12. Розміщувати зовнішню рекламу методом фарбування, нак­леювання на поверхнях елементів вуличного обладнання, будівель та споруд, якщо інше не передбачене угодою з їхніми власниками; на пішохідних доріжках, алеях зі знищенням зелених насаджень; розміщувати зовнішню рекламу в приміщеннях органів влади, дош­кільних закладів освіти, середніх загальноосвітніх шкіл та спеціаль­них загальноосвітніх закладів (це правило не поширюється на соці­альну рекламну інформацію); у (на) будівлях та спорудах, що мають історико-культурну цінність.

13. Розповсюджувати рекламу через радіотрансляційні або інші звукові мережі оповіщення пасажирів у транспортних засобах гро­мадського користування, на станціях метрополітену, вокзалах, пор­тах, аеропортах (за винятком соціальної рекламної інформації).

14. Призупиняти для показу реклами демонстрацію художніх та документальних фільмів у кінотеатрах, відеосалонах та інших зак­ладах, де здійснюється публічний показ кіно-, відео-, слайд-фільмів.

15. Реклама не повинна містити описів або зображень неповно­літніх у небезпечних ситуаціях чи за обставин, що в разі їхньої імі­тації можуть завдати шкоди неповнолітньому або іншим особам, а також інформації, яка сприяє легковажному ставленню неповноліт­ніх до небезпечних для здоров'я та життя ситуацій. Забороняється реклама з використанням зображень неповнолітніх, які споживають або використовують продукцію, призначену тільки для дорослих чи заборонену для придбання (споживання) неповнолітніми, а також реклама, орієнтована на легковір'я чи брак досвіду в неповнолітніх, реклама з використанням зображень справжньої або іграшкової зброї, звуковою імітацією стрілянини тощо.

Закон України «Про рекламу» в третьому розділі розглядає осо­бливості рекламування деяких видів продукції, таких як лікарські засоби, тютюнові вироби, алкогольні напої, зброя, а також рекламу­вання послуг, зв'язаних із залученням коштів населення, цінних па­перів, а також порядок рекламування зниження цін на продукцію (розпродаж), рекламування тих видів підприємницької діяльності, які потребують спеціального дозволу.

Так, реклама лікарських засобів для дітей і неповнолітніх здійс­нюється тільки з дозволу Міністерства охорони здоров'я України;

забороняється реклама лікувальних сеансів, інших аналогічних за­ходів із використанням гіпнозу та інших методів психічного та біо­енергетичного впливу без дозволу того самого міністерства; заборо­няється вміщувати в рекламі відомості, які можуть справляти враження, що при використанні рекламованих ліків медична кон­сультація з фахівцями не є обов'язковою, а лікувальний ефект абсо­лютно гарантовано; забороняється також рекламування ліків під ви­глядом продуктів харчування, косметичних або інших широко використовуваних продуктів.

Реклама тютюнових виробів має давати інформацію про вміст шкідливих для здоров'я речовин та їхню кількість, і в будь-яких ви­падках реклама тютюнових виробів та алкогольних напоїв має обов'язково супроводжуватись попередженням про шкоду тютюно­куріння та вживання алкоголю. Крім того, згідно з чинним законо­давством реклама тютюнових виробів та алкогольних напоїв:

1) забороняється на телебаченні та на радіо;

2) забороняється на упаковках будь-якої продукції та в друко­ваних виданнях, що призначені для осіб, яким не виповнилося 18 років, а також у розрахованих на названих осіб частинах інших дру­кованих видань;

3) забороняється на перших та останніх сторінках газет, на об­кладинках журналів та інших періодичних видань;

4) не може зображувати осіб, популярних серед молоді до 18 років;

5) забороняється залучення до такої реклами фотомоделей, яким не виповнилося 25 років;

6) не може містити зображення процесу куріння або іншого споживання тютюнових виробів та алкогольних напоїв;

7) не може містити прямих або опосередкованих тверджень, що куріння чи вживання алкоголю є важливим фактором досягнення життєвого успіху;

8) не може заохочувати до надмірного вживання алкогольних напоїв чи куріння або негативно розцінювати факт відмови від вжи­вання тютюнових виробів та алкогольних напоїв;

9) не може зображувати медичних працівників або людей, які мають вигляд таких;

10) забороняється будь-яке безкоштовне розповсюдження зраз­ків тютюнових виробів та алкогольних напоїв; спонсорування будь-яких заходів, призначених для осіб до 18 років, якщо при цьому ви­користовується назва або зображення тютюнових виробів чи алко­гольних напоїв; розповсюдження чи продаж товарів (футболок, го­ловних уборів, продуктів харчування тощо) з використанням назви та товарного знака тютюнових виробів і алкогольних напоїв особам, які не досягли 18-річного віку.

Згідно із законом «Про рекламу» порядок рекламування бойової зброї, озброєнь і військової техніки, а також зброї, яка відповідно до законодавства України може перебувати у власності фізичних осіб, встановлюється Кабінетом Міністрів України, а реклама зброї здій­снюється тільки в спеціалізованих виданнях, а також безпосередньо в приміщеннях торговельних закладів (підприємств), які реалізують зброю, або на відповідних виставках (заходах).

У рекламі послуг, пов'язаних із залученням коштів населення, продажем цінних паперів, забороняється повідомляти розміри очі­куваних дивідендів, а також інформацію про майбутні прибутки, крім фактично виплачених не менше, ніж за один рік.

Реклама про зниження цін на продукцію (розпродаж) повинна містити відомості про місце, дати початку та закінчення розпро­дажу, а також відсоткове співвідношення знижки до попередньої ціни товару.

Крім того, законом обумовлені такі норми та правила рекламу­вання в Україні:

• рекламодавець зобов'язаний на вимогу виробника або розпов­сюджувача реклами дати документальні підтвердження достовірно­сті інформації;

• рекламування послуг, пов'язаних із залученням коштів насе­лення (банківських, страхових тощо) та продажем цінних паперів або рекламуванням осіб, які здійснюють таку діяльність, можливе лише за наявності в таких осіб відповідної ліцензії чи іншого дозво­лу; така реклама обов'язково має подавати найменування органу, який видав ліцензію або спеціальний дозвіл, та її (його) номер (крім випадків, коли рекламуються тільки логотип фірми чи назва юридич­ної особи);

• особи, які здійснюють на безоплатній основі діяльність з виро­бництва і розповсюдження соціальної рекламної інформації, у тому числі й за рахунок власних коштів, користуються пільгами, перед­баченими законодавством для благодійної діяльності; розповсюд­жувачі реклами, діяльність яких повністю або частково фінансуєть­ся з державного бюджету, зобов'язані розміщувати соціальну рек­ламну інформацію державних органів безкоштовно в обсязі не менше 5 % ефірного часу (друкованої площі), наданого для реклами;

• час рекламного мовлення не може перевищувати 9 хвилин на кожну годину мовлення для телерадіоорганізацій будь-якої форми власності (не поширюється на спеціалізовані рекламні канали мовлення);

• забороняється переривати з метою розміщення реклами транс­ляції сесій Верховної Ради України, Верховної Ради Автономної Ре­спубліки Крим, трансляцію офіційних державних заходів і церемо­ній, виступи Президента України, Голови Верховної Ради України, Прем'єр-міністра України, Голови Конституційного Суду України, народних депутатів, членів уряду України. Трансляція концертно-видовищних і спортивних програм тривалістю понад 45 хвилин мо­же бути призупинена для реклами лише один раз за кожний повний 45-хвилинний проміжок часу. Не можуть бути переривані також кіно- та телефільми. Реклама розміщується або перед їхнім початком, або після закінчення. Телепередачі тривалістю понад 10 хвилин не можуть суміщатися з рекламною інформацією без погодження із власником авторського права на конкретну передачу. Забороняється реклама в передачах, розрахованих на дитячу (до 14 років) аудиторію;

• реклама за допомогою телексного та факсимільного зв'язку за відсутності спеціального запиту одержувача забороняється, крім одноразового розсилання реклами обсягом не більше однієї друко­ваної сторінки на одну адресу в часовому інтервалі з 21 години до 7 години за місцевим часом;

• реклама послуги, що надається з використанням місцевого, міжміського або міжнародного телефонного зв'язку, при розповсю­дженні її в рекламних засобах має містити точну інформацію про платний чи безплатний характер послуги, її зміст, вікові та інші об­меження, встановлені чинним законодавством і виробником послуги стосовно кола її споживачів, вартість однієї хвилини користування послугою у відповідному регіоні. Ця інформація має бути надруко­вана шрифтом, розмір (кегль) якого не менший за половину кегля шрифту, що ним набрано номер телефону, котрий використовується для надання рекламної послуги;

• реклама тютюнових виробів та алкогольних напоїв не може розміщуватися ближче ніж за 200 метрів від території дитячих дош­кільних закладів, середніх загальноосвітніх шкіл та інших закладів освіти, в яких навчаються діти віком до 18 років;

• рекламодавці тютюнових виробів та алкогольних напоїв зо­бов'язані направити на виробництво соціальної рекламної інформа­ції щодо шкоди куріння та вживання алкоголю не менше п'яти від­сотків коштів, витрачених на розповсюдження ними в межах України реклами тютюнових виробів та (або) алкогольних напоїв;

• реклама тих видів підприємницької діяльності, які відповідно до законодавства України потребують спеціального дозволу, по­винна містити посилання на номер ліцензії і найменування органу, що її видав.

***Відповідальність* за порушення** Закону України «Про рекламу» настає, коли:

• розповсюджується реклама, заборонена чинним законодавством;

• порушений порядок виготовлення та розповсюдження реклами;

• недотримані вимоги законодавства щодо змісту й достовірнос­ті реклами.

Закон України «Про рекламу» передбачає ***штрафування*** суб'єк­тів підприємницької діяльності:

• за розповсюдження реклами на продукцію, виробництво чи ре­алізація якої заборонені законодавством України, — у розмірі п'яти­кратної вартості розповсюдження такої реклами;

• розповсюдження реклами, забороненої чинним законодавст­вом, — у розмірі чотирикратної вартості розповсюдженнятакої реклами;

• порушення порядку виготовлення та розповсюдження реклами — у розмірі чотирикратної вартості розповсюдження такої реклами;

• недотримання вимог законодавства щодо змісту тадостовірно­сті реклами — у розмірі п'ятикратної вартостірозповсюдження та­кої реклами;

• публічне спростування недобросовісної реклами здійснюється добровільно або за рішенням суду за рахунок винної особи. Спрос­тування здійснюється через той самий рекламний засіб із викорис­танням того самого простору, часу, місця і в тому самому порядку, в якому здійснювалась недобросовісна реклама.

Частково рекламування регулюється також Законом України «Про захист від недобросовісної конкуренції», прийнятим Верхов­ною Радою України 7 червня 1996 p. Розділ 2 цього Закону «Непра­вомірне використання ділової репутації господарського суб'єкта (підприємця)» містить статті, що стосуються реклами, зокрема ст. 4 «Неправомірне використання чужих позначень, рекламних матеріа­лів, упаковки», ст.5 «Неправомірне використання товару іншого ви­робника», ст.6 «Копіювання зовнішнього вигляду виробу», ст.7 «Порівняльна реклама».

Так, ст.4 визначає, що неправомірним є використання без доз­волу вповноваженої на те особи чужого імені, фірмового наймену­вання або товарних знаків, а також запозичення оформлення упа­ковки товарів, назв літературних, художніх творів чи періодичних видань, назв місць походження товарів, у тому випадку, коли це може призвести до плутанини стосовно діяльності іншого суб'єкта господарювання (підприємця), що має пріоритет на їх використан­ня. Проте використання у фірмовому найменуванні власного імені фізичної особи не вважається неправомірним, коли до власного імені додається будь-який пояснюючий елемент, що запобігає та­кій плутанині.

Ст.5 визначає поняття неправомірного використання товару ін­шого виробника, тобто введення в господарський обіг під власною маркою (назвою) товару іншого виробника зі зміною чи зняттям ма­рки (назви) цього виробника без дозволу вповноваженої на те особи.

У ст.6 розглядається поняття про копіювання зовнішнього виг­ляду виробу, тобто про відтворення зовнішнього вигляду виробу іншого суб'єкта господарювання (підприємця) і введення його у го­сподарський обіг без однозначної вказівки на виробника оригіналу й виробника копії. Але не визнається неправомірним копіювання зов­нішнього вигляду виробу або його частин, якщо таке копіювання зумовлено суто функціональним застосуванням виробу. Дія цієї статті не поширюється на об'єкти інтелектуальної власності, що пі­длягають спеціальній охороні.

Ст.7 дає визначення порівняльної реклами, тобто такої, що міс­тить порівняння з товарами, роботами, послугами чи діяльністю ін­шого суб'єкта господарювання (підприємця). Така реклама взагалі забороняється, але не визнається неправомірним порівняння, якщо наведені відомості про товари, роботи, послуги підтверджені фактичними даними, є достовірними, об'єктивними, корисними для ін­формування споживачів.

Розділ 6 закону визначає правові засади захисту від недобросо­вісної конкуренції:

• справи про недобросовісну конкуренцію розглядаються Антимонопольним комітетом України та його територіальними відділен­нями (ст.27);

• особи, права яких порушені діями, кваліфікованими цим зако­ном як недобросовісна конкуренція, можуть протягом шести місяців із дня, коли вони дізналися або могли дізнатися про порушення, звернутися до Антимонопольного комітету України, його територі­альних відділень із заявою про захист своїх прав (ст.28).

Розглянувши справу, Антимонопольний комітет України, його територіальні відділення видають розпорядження про:

а) заборону особі, в діях якої вбачаються ознаки порушення (відповідачу), вчиняти певні дії;

б) накладення арешту на майно або кошти, що належать відпові­дачу.

Розпорядження можна оскаржити в суді чи арбітражному суді у п'ятнадцятиденний строк із дня одержання відповідачем його копії.

У разі визнання судом (арбітражним судом) відсутності в діях відповідача фактів правопорушення він має право на відшкодування збитків, завданих йому неправомірним рішенням Антимонопольно­го комітету (його відділень) у порядку, визначеному цивільним за­конодавством України (ст.29).